

BAROMÈTRE HÔTELLERIE



OCTOBRE 2018



COLLECTION

TOURISME



PERFORMANCES MENSUELLES

En octobre 2018, les performances de la métropole de Bordeaux sont en hausse par rapport à l'année dernière.

Le RevPAR augmente (+6%) grâce à une hausse de la fréquentation (+1,7 pt) et des prix moyens (3,7%).

Ce mois-ci, les principaux événements ayant eu un impact sur l'hôtellerie ont été le salon Préventica du 2 au 4 octobre, les journées pratiques « respiration et sommeil » du 4 au 6 octobre, le salon Aquitec du 12 au 13 octobre et le festival Animasia du 13 au 14 octobre 2018.

Analyse par segments :

-**Super-économique** : la fréquentation et les prix moyens sont en hausse (+2 points et +9%), permettant au RevPAR du segment de progresser (+6,7%).

-**Économique** : ce segment affiche une hausse de RevPAR de 2,9%. Cette augmentation s'explique par une augmentation de taux d'occupation (+0,6 point) et des prix moyens (+2,1%).

-**Moyen de gamme** : l'ensemble des indicateurs du segment sont en stagnation.

-**Haut de gamme** : la fréquentation et les prix moyens enregistrent une hausse de 5,3 points et de 0,82%. Le RevPAR enregistre donc une augmentation de +7,9%.

-**Résidences hôtelières** : cette catégorie affiche une hausse du taux d'occupation (+4 points) et des prix moyens (+8,5%). Le RevPAR de cette catégorie connaît donc la plus forte hausse des segments, soit +13,6%.

+5,9%

ÉVOLUTION DU
REVPAR
(REVENU PAR CHAMBRE)

**8 088 CHAMBRES
ET 89 HÔTELS**
ENQUÊTÉS
PAR MKG HOSPITALITY

+1,7 PT
ÉVOLUTION
DU TAUX
D'OCCUPATION

TAUX D'OCCUPATION EN %

PRIX MOYEN / CHAMBRE HT

REVPAR EN HT

	TAUX D'OCCUPATION EN %	PRIX MOYEN / CHAMBRE HT	REVPAR EN HT
SUPER-ÉCO	82,79% 80,78%	46,79 45,03	38,74 36,38
ÉCONOMIQUE	79,39% 78,79%	79,34 77,69	62,99 61,22
MOYEN DE GAMME	77,27% 77,33%	95,81 95,06	74,03 73,51
HAUT DE GAMME	80,25% 74,98%	200,53 198,90	160,92 149,14
RÉS. HÔTELIÈRES	89,46% 85,48%	52,01 47,94	46,53 40,97
GLOBAL	81,45% 79,74%	82,31 79,40	67,04 63,32

■ oct-18 ■ oct-17

PERFORMANCES CUMULÉES DEPUIS LE DÉBUT DE L'ANNÉE

Les performances enregistrées en 2018 au sein de la métropole de Bordeaux montrent une évolution de 3,1% sur le RevPAR toutes catégories confondues.

Les segments affichent différentes variations de RevPAR depuis le début de l'année.

- Le segment des résidences hôtelières affiche la plus forte évolution de RevPAR par rapport à l'an dernier (+9,18%).
- Le segment haut de gamme réalise de bonnes performances également (+4,4%).
- Le segment super-économique enregistre une hausse de RevPAR de 3%.
- Le segment économique constate une augmentation de 1,4%.
- Le segment moyen de gamme est le seul à afficher une baisse de RevPAR de -1,28%.

CHIFFRE CLÉ

+3,1%

REVPAR
DEPUIS LE DÉBUT DE
L'ANNÉE



TAUX D'OCCUPATION EN %

PRIX MOYEN / CHAMBRE HT

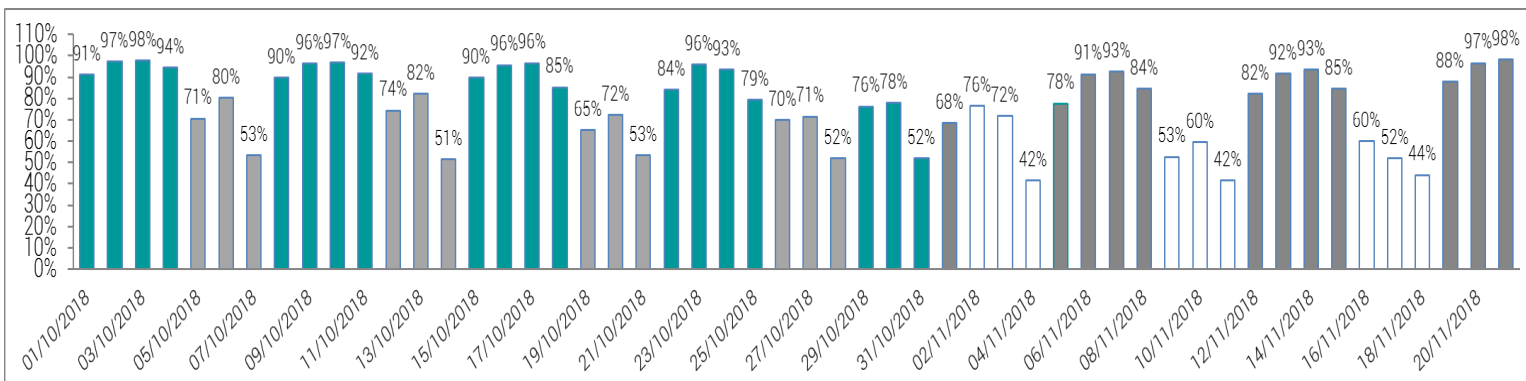
REVPAR EN HT

Segment	Taux d'Occupation 2018 (%)	Taux d'Occupation 2017 (%)	Prix Moyen / Chambre HT 2018 (€)	Prix Moyen / Chambre HT 2017 (€)	RevPAR 2018 (€)	RevPAR 2017 (€)
SUPER-ÉCO	78,83%	78,58%	46,16	44,94	36,38	35,31
ÉCONOMIQUE	73,87%	75,41%	76,61	73,99	56,59	55,79
MOYEN DE GAMME	73,03%	75,05%	93,20	91,86	68,06	68,94
HAUT DE GAMME	70,48%	69,13%	200,11	195,38	141,03	135,06
RÉS. HÔTELIÈRES	81,83%	78,66%	51,95	49,49	42,51	38,93
GLOBAL	75,83%	76,03%	79,98	77,35	60,65	58,81

■ Jan.-Oct. 2018 ■ Jan.-Oct. 2017

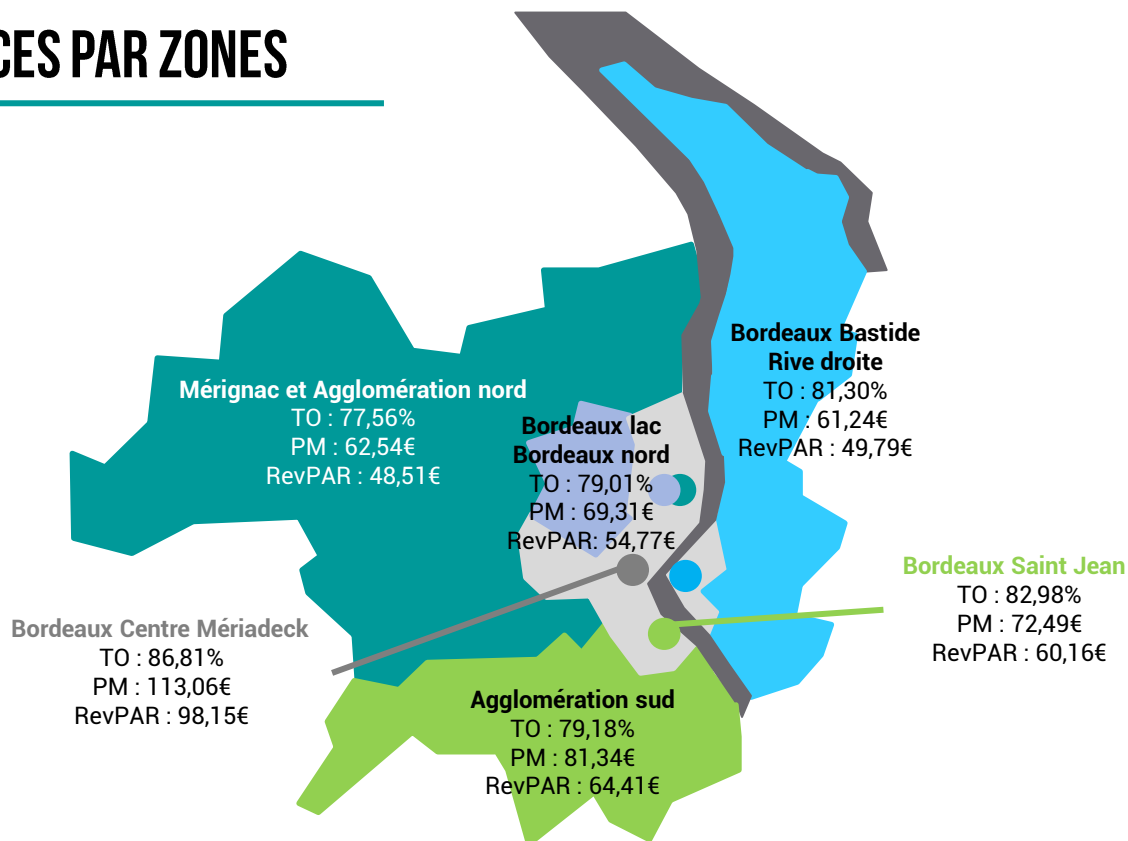
PERFORMANCES PAR JOUR AU MOIS D'OCTOBRE ET PREMIÈRES TENDANCES DE NOVEMBRE 2018

Taux d'occupation quotidien



Source : l'observatoire quotidien OlaKala, provenant d'une collecte de statistiques au jour le jour de plus de 3200 chambres étudiées : soit une couverture de 79% des segments Super-Eco & Eco et de 29% des segments Moyen et Haut de Gamme représentés sur un échantillon de 6447 chambres étudiées dans l'enquête mensuelle.

PERFORMANCES PAR ZONES



PERFORMANCES PAR GRANDES AGGLOMÉRATIONS

Par rapport à l'an dernier :

- Lyon enregistre la plus forte progression de RevPAR ce mois-ci avec +15%.
- Marseille, Toulouse et Nantes voient également leur RevPAR augmenter de 3,6%, 3% et 2%.
- Lille est encore sur une tendance négative avec une diminution du RevPAR de -5%.



**TAUX D'OCCUPATION
BORDEAUX**

	TAUX D'OCCUPATION EN %	PRIX MOYEN / CHAMBRE HT	REVPAR EN HT
BORDEAUX	81,45%	82,31	67,04
	79,74%	79,40	63,32
LILLE	72,40%	77,80	56,32
	74,53%	79,56	59,30
LYON	78,19%	87,47	68,39
	72,72%	81,81	59,49
MARSEILLE	70,55%	87,72	61,89
	71,94%	83,04	59,74
NANTES	72,52%	74,11	53,74
	73,23%	71,88	52,64
TOULOUSE	75,93%	83,15	63,14
	75,85%	80,84	61,32

LE PALMARÈS DE L'ORIGINE DE LA CLIENTÈLE

La clientèle française représente 73% de la clientèle totale en octobre.

Cette clientèle a privilégié les hôtels «économique» puis les établissements du segment moyen de gamme.

La clientèle **espagnole** se classe au deuxième rang avec 9% de la clientèle totale et fréquente les établissements des segments moyen de gamme puis haut de gamme.

À la troisième place de ce classement, on retrouve les **britanniques** qui ont privilégié les établissements «moyen de gamme» puis «économique».

La clientèle **américaine** arrive au quatrième rang, suivie de la clientèle **allemande**.

Les touristes américains ont séjourné dans les établissements «haut de gamme» puis «moyen de gamme».

La clientèle allemande a plus majoritairement opté pour un séjour au sein des hôtels «haut de gamme» puis «moyen de gamme».

La répartition de la clientèle par nationalité en % Des 5 premières nationalités hébergées					
	Super-éco	Economique	Moyen de Gamme	Haut de Gamme	Global
France	-	83,1%	69,1%	62,3%	73,0%
Espagne	-	5,4%	7,4%	10,1%	7,4%
Royaume-Uni	-	2,9%	5,9%	4,9%	4,3%
Etats-Unis	-	1,1%	3,9%	7,9%	3,1%
Allemagne	-	0,9%	3,1%	8,4%	2,9%

Source : OlaKala_destination

L'ÉTAT DES RÉSERVATIONS

Taux de réservations effectuées sur le web (en%)

En octobre 2018, les réservations réalisées par de la vente directe représentent 57,2% des réservations effectuées. Elle est très fortement représentée pour le segment moyen de gamme (69%).

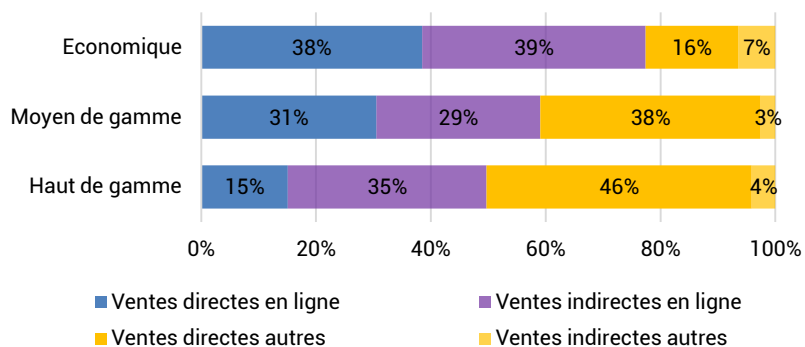
Les réservations effectuées pour l'ensemble des segments ont privilégié les canaux de vente indirecte en ligne plutôt que les sites propres aux hôteliers, mis à part le segment moyen de gamme.

Par ailleurs, ce sont les moyens propres aux hôteliers qui sont les plus efficaces dans la vente non en ligne.

La prévision de la fréquentation sur les 3 mois

Les prévisions concernant les 3 prochains mois sont identiques selon les segments.

En effet, pour les trois prochains mois, tous les segments prévoient un taux d'occupation conforme aux prévisions.



Source : OlaKala_destination

Nombre d'hôtels étudiés sur la période : 21

Nombre de chambres étudiées sur la période : 1 652

	Nov.	Déc.	Jan.
Super-éco	-	-	-
Economique	=	=	=
Moyen de Gamme	=	=	=
Haut de Gamme	=	=	=

TYPLOGIE DE LA CLIENTÈLE

En octobre 2018, la clientèle de loisirs représente 36,2% de la clientèle totale.

La clientèle individuelle, venue à Bordeaux pour les loisirs, représente 26,2% de la clientèle totale et a séjourné au sein des résidences puis des hôtels des segments économique puis moyen de gamme. Les groupes Tourisme ont opté pour les segments moyen de gamme puis économique.

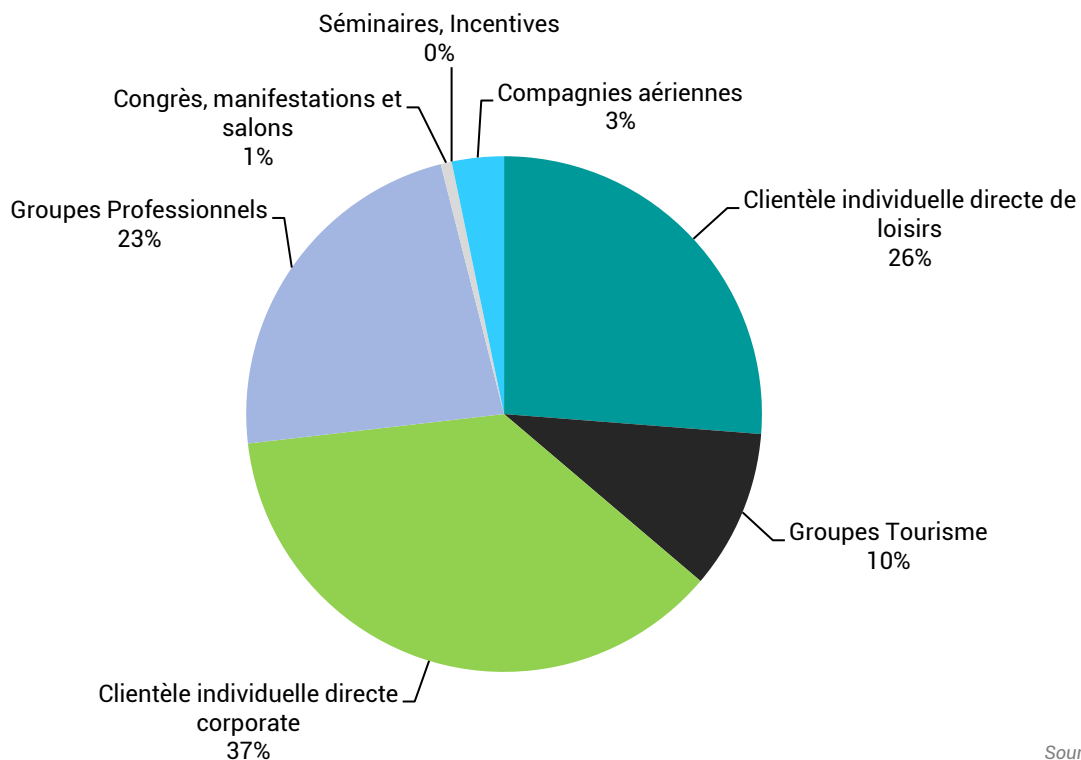
La clientèle d'affaires représente 63,8% de la clientèle totale.

Lorsqu'elle vient de manière individuelle dans la capitale girondine, elle fréquente les établissements des segments haut de gamme puis économique.

	Typologie de la clientèle (en %)				
	Super-éco	Eco	Moyen de Gamme	Haut de Gamme	Rés.
Clientèle Individuelle de loisirs	-	57,2%	19,1%	7,5%	-
Groupes Tourisme	-	1,0%	16,1%	14,9%	-
Clientèle Individuelle « corporate »	-	41,4%	19,3%	37,8%	-
Groupes professionnels	-	0,4%	32,3%	39,7%	-
Congrès, manifestations et salons	-	0,0%	2,3%	0,0%	-
Séminaires, Incentives	-	0,0%	0,0%	0,0%	-
Compagnies aériennes (personnels navigants, chambres dites d'urgence)	-	0,0%	10,9%	0,0%	-

Source : OlaKala_destination

Répartition des sources des réservations en % - en octobre 2018



Source : OlaKala_destination

OLAKALA SUITE

Astrée VIGNAU
01 56 56 87 75

Email: advisors@olakala.com

BAROMÈTRE HÔTELLERIE BORDEAUX

CCI BORDEAUX GIRONDE

Pôle Etudes et Observatoires
05 56 79 5000
etudes@bordeauxgironde.cci.fr

WWW.BORDEAUXGIRONDE.CCI.FR

